

Uma homenagem à força das MULHERES no futebol, por kito*

Apresento alguns artigos identificando a força das MULHERES torcedoras



Com mais de 15 mil sócias, Palmeiras mostra força das mulheres no futebol

Os torcedores que circulam nos arredores e arquibancadas do Allianz Parque em dias de jogos não têm dúvida: a torcida feminina do Palmeiras interage muito com o clube do coração, já que não medem esforços para acompanhar e ajudar o time. Prova disso é que o Avanti, programa de sócios-torcedores do Palmeiras, superou a marca de 16 mil mulheres associadas.

Ao todo, o Verdão atualmente conta com quase 127 mil sócios-torcedores e ocupa o segundo lugar do Torcedômetro, ranking nacional do Movimento por um Futebol Melhor. Durante o último ano, 65% das arquibancadas do Allianz Parque foram ocupadas por membros do programa. Durante a Copa do Brasil, competição conquistada pela equipe alviverde, a média foi de 73,7%. O auge ocorreu na grande final, contra o Santos, em 2 de dezembro, quando 100% da carga de ingressos (aproximadamente 34 mil) foi vendida aos sócios-torcedores. E representantes do sexo feminino podiam ser facilmente encontradas no estádio.

- Eu quase fui reprovada na faculdade porque queria ir aos jogos. O professor me chamou para conversar e disse que eu estava com muitas faltas. Expliquei a situação, disse que era por causa do meu time, e consegui fazê-lo tirar algumas. Para mim, não importa a partida. O essencial é que seja Palmeiras - afirmou Gabriela Aversan, de 21 anos, membro do Plano Ouro. De olho nesses números, o Clube de Vantagens Avanti fechou acordo com três empresas da indústria de cosméticos: Sephora, O Boticário (loja virtual) e The Beauty Box. Além disso, também firmou acerto com a Morena Rosa (roupas) e Hope (lingeries). Todas as parcerias rendem um ponto no Clube de Vantagens a cada R\$ 1 gasto em produtos. Fato é que futebol não é mais coisa para homem, o que dá um toque ainda mais especial aos dias de jogos.

Além disso, como todos os sócios dos 69 clubes do Movimento por um Futebol Melhor, podem aproveitar descontos em Ambev (Brahma), Unilever, Sky, Pepsico, Premiere, Centauro.com.br, Rede de Hotéis Arco, Méliuz e Bic. - Eu vou ao Allianz Parque porque gosto, mesmo que, às vezes, tenha que ir sozinha. Entre assistir ao jogo do estádio ou assistir de casa, prefiro ir ao Palestra. Minha família até brinca, porque costumo faltar em alguns aniversários para ver o Palmeiras. Gosto de ir a todas as partidas, mas não faço o perfil de corneta - encerrou Natália Paskevicius, de 25 anos, também associado do Plano Ouro.

Disponível em: <https://esportes.terra.com.br/lance/com-mais-de-15-mil-socias-palmeiras-mostra-forca-das-mulheres-no-futebol,fb30b74022ca6703150aaeda8942f7f9n1bgop2o.html>

Conheça a empresária que turbinou o Palmeiras

Leila Pereira, presidente da Crefisa, já injetou mais de 300 milhões de reais no clube paulista

Por Tom Cardoso



Leila Pereira: desde 2015, a Crefisa e a Faculdade das Américas(FAM) injetaram, entre patrocínio e compra de jogadores, mais de 300 milhões de reais no Palmeiras (Divulgação)

“Chega de ouvir não! A Crefisa diz sim!” O bordão, veiculado em comercial no horário nobre da **TV Globo**, prometia crédito rápido e fácil ao cliente, em meio à crise econômica. Leila Pereira, presidente da Crefisa, também não sabe dizer não ao clube de coração do marido, José Roberto Lamacchia, fundador de uma das maiores financeiras do país.

Desde 2015, a Crefisa e a Faculdade das Américas (FAM), que também pertence ao casal, injetaram, entre patrocínio e compra de jogadores, mais de 300 milhões de reais no **Palmeiras**. As duas partes não têm do que reclamar. As empresas de Lamacchia, únicas a estampar o uniforme do popular clube paulista, turbinaram as suas marcas, refletindo diretamente no faturamento.

Só a FAM, no primeiro ano de parceria, triplicou o número de alunos matriculados. Já o clube paulista, que até então sofria para conseguir receitas (estava há um e meio sem patrocínio master), venceu o campeonato brasileiro do ano passado, encerrando um longo jejum de 22 anos sem ganhar a competição.

Tudo indica que o caso de amor não vai acabar tão cedo. Leila não diz oficialmente, mas nos bastidores já se sabe qual o seu grande sonho (e do marido): virar a mandatária do Palmeiras. A próxima eleição ocorre só daqui a dois anos, mas a presidente da Crefisa já deu o primeiro passo, ao lançar a sua candidatura a uma cadeira no conselho deliberativo do clube.

Tudo indica que ela deve ser eleita com certa tranquilidade, não só por contar com forte apoio político (Leila é ligada ao ex-presidente do Palmeiras, Mustafá Contursi), mas principalmente por não fechar a carteira. Além de pagar 78 milhões de reais por ano de patrocínio, a Crefisa e a FAM bancam o salário do atacante Lucas Barrios (1 milhão de reais por mês) e ajudaram a manter estrelas no clube, como o atacante Dudu, que pertencia a um clube russo e teve 50% do seu passe comprado por cerca 30 milhões de reais. A Crefisa assumiu a conta – e deve lucrar no futuro, caso Dudu, 25 anos, uma das revelações do futebol brasileiro, seja vendido por um valor maior para um grande clube da Europa.

A reportagem de EXAME Hoje foi até uma das sedes da Faculdade das Américas, na Rua Augusta, centro de São Paulo, para acompanhar outro “mimo” de Leila ao Palmeiras, esse no valor de 10 milhões de reais: a contratação do venezuelano Alejandro Guerra, eleito o melhor jogador da Libertadores de 2016. Parte da

entrevista de Leila a EXAME, foi concedida ao lado do inquieto marido, que não consegue disfarçar o entusiasmo pela ascensão meteórica de sua mulher, já tida como favorita – mesmo sem reconhecer oficialmente a candidatura – ao pleito de 2019. “Eu sou o palmeirense (é sócio do clube desde 1955) da história, mas ela é a responsável por tudo. Por tudo!”, diz Lamacchia, 73 anos, levantando-se e caminhando em direção a um palco improvisado, na entrada da faculdade, onde seria apresentado no novo reforço palmeirense.

Leila, 52 anos, crescida no Rio de Janeiro, ex-jornalista da extinta TV Manchete, ainda com forte sotaque carioca, corrige o marido, já sem a presença dele. “Anota aí, eu virei palmeirense, viu?”. Ela e Lamacchia estão casados há 35 anos. Carismática, articulada, Leila está muito mais para Marlene Matheus, ex-presidente do Corinthians e mulher do também folclórico Vicente Matheus, uma das lendas da cartolagem brasileira, do que para Patrícia Amorim, a sisuda ex-presidente do Flamengo, conhecida por sua pouca empatia com a torcida.

Em pouco tempo circulando no clube, ela já fez aliados fiéis – no caso de Mustafá Contursi – e inimigos ferrenhos, como ex-presidente Paulo Nobre, que não vê com bons olhos a ascensão de Leila. Ele também pretende se candidatar ao cargo em 2019.

Lucros recordes

Presidente da Crefisa há 15 anos, ela é considerada por seus pares uma executiva impetuosa e que não costuma economizar quando o objetivo é promover as suas marcas. Mesmo na crise (e certamente por causa dela), o lucro da financeira subiu 44% em 2016, chegando a 1,1 bilhão de reais – a receita avançou 53%, fechando em 3,1 bilhões. Já a Faculdade das Américas tem crescido cerca de 30% ao ano desde 2015 e tem estimados 17.000 alunos (Leila diz que não abre, por questões estratégicas, números do faturamento). Ainda este ano, a FAM vai inaugurar a

sexta unidade, numa área de 400.000 metros quadrados na Zona Leste de São Paulo. “Será o maior campus privado do Brasil”, diz.

No fim de 2014, a financeira era a 72º maior anunciante do país (segundo ranking do Ibope), à frente de gigantes como Ypiranga, Honda e Samsung, quando Leila decidiu ligar para o pabx do Palmeiras para falar com o diretor financeiro.

O clube atravessava uma grande crise financeira, sem dinheiro para pagar até a conta de luz, com salários dos jogadores atrasados e sem perspectiva de acertar com um grande patrocinador, penúria que quase resultou no rebaixamento para a segunda divisão do Campeonato Brasileiro.

“O Zé Roberto (Lamacchia), que tinha acabado de se recuperar de um linfoma, estava muito deprimido com tudo aquilo. Foi aí que eu tive o impulso de ligar para o Palmeiras para dizer: ‘Ninguém quer colocar grana no clube? A gente quer!’. A telefonista do clube não passou a ligação para o diretor financeiro. Achou que era trote. Dias depois, a Crefisa acertou com o clube um patrocínio anual de 65 milhões de reais, o maior até então da história do futebol brasileiro. “Eu gosto de dizer que sou uma patrocinadora-torcedora. Só quero colocar dinheiro no clube que eu amo”.

Lamacchia está de novo ao lado da mulher, apontando o dedo em sua direção. “Ela toma conta da Crefisa, uma financeira com 10.000 funcionários. Presidir o Palmeiras será muito mais fácil”, diz. Leila olha para o repórter. “Não sou candidata ainda. Uma coisa de cada vez. Primeiro, quero ser eleita para o conselho deliberativo”, diz. Ela garante, porém, que se um dia virar presidente do Palmeiras, vai se afastar do comando da Crefisa. “Não vou conseguir e nem quero conciliar as duas atividades”.

Leila não vê qualquer problema ético em comandar um clube que tem como principal patrocinador uma empresa presidida por sua família. “Se todo mundo

ganha, qual o problema? Aliás, se um dia for eleita, farei o possível para renovar os atuais acordos de patrocínios”, diz. Até agora, tudo é um pouco misturado.

Ela cita um exemplo curioso. A Faculdade das Américas passou a dar um desconto de 25% para todo sócio-torcedor do Palmeiras. O curso da FAM mais caro custa em torno de 1.200 reais. Já a mensalidade do sócio-torcedor palmeirense está em torno de 60 reais. A presidente da Crefisa faz contas de cabeça. “Ou seja, se você vira sócio-torcedor, pagando 60 reais, vai ter um desconto de mais de 200 reais na faculdade. Sabe o que começou a acontecer? Alunos que torcem para outros clubes começaram a virar sócios do Palmeiras só para economizar na faculdade”, diz, soltando uma gargalhada.

Tudo que Leila quer é novos anos como o de 2016, em que os pesados investimentos no futebol levaram a títulos e maiores lucros. Repetir o feito – no esporte e nos negócios – a é um desafio e tanto.

Disponível em: <http://exame.abril.com.br/negocios/conheca-a-empresaria-que-turbinou-o-palmeiras/>

* kito com este trabalho homenageia todas as MULHERES torcedoras de times de futebol e principalmente sua idolatrada esposa!